

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1995. Manajemen Pemasaran. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller K Lane, (2006). Manajemen Pemasaran, Jakarta: Ghalia .Indonesia
- Kotler, Philip, (2000), Manajemen Pemasaran, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Robbins, Stephen. P. 2006. Perilaku organisasi. Edisi Bahasa Indonesia. PT Indeks
- Schiffman & Kanuk. (2004). Perilaku Konsumen (edisi 7). Jakarta : Prentice Hall
- Sigit, Soehardi, 2002, Pemasaran Praktis, Edisi ketiga, BPFE, Yogyakarta
- A.M, Sardiman. (2007). Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. Komunikasi Pemasaran Modern. Yogyakarta : Cakra Ilmu.
- Basu Swastha, dan T. Hani Handoko, 2008, Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Amirullah, 2002, Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Durianto, Darmadi dkk. 2004.Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Bilson, Simamora. (2001). Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel.Edisi pertama. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Knight, Dee dan Eun Young Kim. (2007). “Japanese Consumers’ Need for Uniqueness – Effects on Brand Perceptions and Purchase Intention”, Journal of Fashion Marketing and Management, Vol. 11 No. 2, pp. 270-280.

J. Setiadi, Nugroho, SE., MM., 2003, ”Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran”. Jakarta: Kencana.

Setiadi, J Nugroho 2008. Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran,Cetakan ketiga, Kencana Media Group. Jakarta

Ferrinadewi, Erna, 2008. Merek dan Psikologi Konsumen, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Adhyzal, 2003. Klasifikasi Pasar. <http://www.psychologymania.com/2012/10/klasifikasi-pasar.html>. Diakses 31 Maret 2013.

Bowen, J, and Shoemaker, S (1998), Loyalty: A Strategy Commitment, Cornell H.R.A, Quarterly, Vol 2. pp. 12-25.

Sugiyono,2008. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono,2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND. Bandung : Alfabeta.

Basu Swastha, Hani Handoko. 2012. Manajemen Pemasaran -Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta : BPFE.

Sumarwan, U. (2003). Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Dharmmesta, Basu Swastha., Handoko, T. Hani. 2012.  
Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama.  
BPFE, Yogyakarta.

Ferrinadewi, Erna. 2008. Merek dan Psikologi Konsumen. Jakarta: Graha Ilmu

Greg Joel. 2014. “Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen

Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio Di Kota Manado”. Jurnal EMBA Vol.2  
No.3 September 2014, Hal. 1463-1472

Bilondatu, Machrani Rinandha. 2013. Motivasi,Persepsi, dan Kepercayaan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada sepeda motor Yamaha di Minahasa. Jurnal EMBA,Vol.1 ,No.3:710-720.

Fredereca, G Bunga dan Chairy (2010). Pengaruh Psikologi konsumen terhadap keputusan pembelian kembali Smartphone Blackberry.Jurnal Manajemen Teori dan Terapan | Tahun 3, No. 2, Agustus 2010

Ghozali, Imam, 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”.  
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Wiyono, Gendro. 2011. Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis Spss  
17.0 dan Smart PLS 2.0. Yogyakarta : STIM YKPN

Santoso Singgih.2005. Menguasai Statistik di Era Informasi Dengan SPSS  
12.Jakarta: PT.Alex Media Komputindo.

Gujarati, Damodar. 2006. Dasar-Dasar Ekonometrika. Jakarta: Erlangga.